

REPÚBLICA DE TELENOVELA

MEDIOS, CAMPAÑAS Y ELECCIÓN 2012

Carola García Calderón
COORDINADORA

Pablo Cabañas Díaz
Javier Esteinou Madrid
Fernando Martínez Elorriaga
Yazmín Morlet Corti
Hugo Sánchez Gudiño



**República de Telenovela.
Medios, Campañas y Elección 2012.**

Primera edición: febrero 2013

© Carola García Calderón
Pablo Cabañas Díaz
Javier Esteinou Madrid
Fernando Martínez Elorriaga
Yazmín Morlet Corti
Hugo Sánchez Gudiño
2013

© COMUNICACIÓN Y POLÍTICA EDITORES, 2013

Privada de la Alborada No. 12, ed. B-004,
Col. Pedregal del Maurel, Del. Coyoacán,
México, D.F., C.P. 04720

Todos los derechos reservados conforme a la ley.
Queda prohibida la reproducción total o parcial
de esta obra por cualquier medio o procedimiento,
electrónico o mecánico, sin la previa autorización
por escrito de los editores.

Diseño y fotografía de portada:

Tania Pineda Jerónimo

Diseño de interiores y formación:

Tania Pineda Jerónimo

Corrección y edición:

Teresa Blanco Moreno

ISBN: 978-607-7742-75-3

Impreso en México / Printed in Mexico

- 07 **PRESENTACIÓN**
- 15 **ELECCIONES 2012: AVANCES Y LIMITACIONES.**
PABLO CABAÑAS DÍAZ
- 45 **TELEVISIÓN Y CULTURA POLÍTICA, LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012.**
CAROLA GARCÍA CALDERÓN
- 93 **TELECRACIA VS. DEMOCRACIA: LAS ELECCIONES DEL 2012.**
JAVIER ESTEINOU MADRID
- 125 **LÓPEZ OBRADOR - 2012: EL CAMBIO VERDADERO FRENTE A LA DEMOCRACIA DEL DINERO.**
HUGO SÁNCHEZ GUDIÑO
- 155 **LA CAMPAÑA DEL PRI POR EL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL.**
YAZMÍN MORLET CORTI
- 173 **REFORMAS ELECTORALES Y MEDIOS EN MÉXICO.**
FERNANDO MARTÍNEZ ELORRIAGA

TELECRACIA VS. DEMOCRACIA: LAS ELECCIONES DEL 2012.

JAVIER ESTEINOU MADRID

1.- Las elecciones del 2012 y el desafío del *poder mediático*.

En un clima de profunda crisis nacional enmarcada por el alto desempleo de los habitantes, el avance incontrolable de la corrupción, la depauperización del poder adquisitivo de las mayorías, la creciente migración de trabajadores a los EUA, el progreso de la inseguridad en todos sus niveles, la falta de futuro para los jóvenes, la baja credibilidad ciudadana en la política, la decadencia del sistema de educación pública, la deshumanización progresiva de las principales ciudades del país, la pérdida del liderazgo de México a nivel internacional, la existencia de una guerra contra los carteles del narcotráfico que ha dejado más de 60,000 muertos, el avance del deterioro ecológico en todas las coordenadas de la República, etcétera; los partidos políticos iniciaron sus campañas de propaganda electoral para renovar a los poderes públicos de la nación en julio del 2012.

Frente a esta severa realidad de conflictos estructurales que vivió la sociedad mexicana en su proyecto de desarrollo, era indispensable que los diversos candidatos a la Presidencia de la República debatieran públicamente entre si sus ideas y propuestas para el próximo periodo de gobierno. Mediante ello, sería posible crear una conciencia más clara e informada en la opinión pública para que los electores pudieran elegir de manera libre y racional, el 1 de julio del 2012, a los aspirantes más adecuados que contribuyeran a resolver en el siguiente sexenio los grandes conflictos que enfrentaban las agendas nacionales y regionales del país.

Así, en un contexto histórico enmarcado, por un lado, por el 1 de mayo del 2012 en el que se conmemoró el “Día del Trabajo” reivindicando las luchas obreras, las conquistas laborales y las demandas de los trabajadores de México y del mundo; en general por la democracia y la justicia¹, y por el otro, por el 5 de mayo, en el que se festejaron los 150 años de la independencia de México cuando en 1862 el general Ignacio Zaragoza venció a las tropas napoleónicas del imperio francés imponiendo “el triunfo de la razón por encima de cualquier interés que no fuera el de la nación”²; el Instituto Federal Electoral, IFE, anunció la realización del primer debate electoral entre los 4 candidatos a la presidencia de la República: Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota, Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre. De esta forma, el IFE continuó con la tradición iniciada en 1994 en México cuando se inauguraron los debates presidenciales por televisión con el fin de instaurar una nueva etapa moderna más racional e informada en la construcción de la democracia nacional³.

Sin embargo, no obstante dicha prioridad estratégica estructural planteada por el IFE para realizarse el 6 de mayo del 2012 en cadena nacional, asombrosamente las principales empresas de la televisión comercial privada desafiaron al Estado mexicano y boicoteando la difusión masiva del primer encuentro entre los candidatos presidenciales. Así, Televisión Azteca argumentó que siendo que “a la mayor parte de los mexicanos no les interesaba el debate entre los contendientes en el formato que fue diseñado, pues solo 15 % del auditorio indicaba estar muy interesado y al 54% no le llamaba la atención en lo más mínimo”⁴; la televisora decidió transmitir a la misma hora del encuentro político el partido de futbol de la liguilla de cuartos de finales entre “Monarcas” y “Tigres” de la Universidad de Nuevo León⁵.

1. “Repudio mundial a recortes sociales en el Día del Trabajo” *La Jornada*, México. 2 de mayo de 2012. P. 1.

2. “5 de mayo: La lección”. *El Universal*, México. 3 de mayo del 2012; “Todo listo para el desfile del 5 de mayo en Puebla”. *El Universal*, México. 5 de mayo de 2012; “5 de mayo con sabor a México”, *El Universal*, Sección Nacional. México. 6 de mayo de 2012; Villalapando, José Manuel, “5 de mayo: detrás de la batalla”. *El Universal*, México. 5 de mayo de 2010.

3. “Vacío de concesionarios saluda etapa obligatoria en los debates”. *La Jornada*, México. 6 de junio de 2012. P. 6.

4. “No hay reto al Estado; el debate a muy poco les interesa: Salinas Pliego” *La Jornada*, México 5 de mayo de 2012. P. 7.

5. “Fautale el futbol a debate del IFE” *Reforma*, 1 de mayo de 2012. P. 1; “Ignora Azteca al IFE”, *Reforma*, México. 1 de mayo de 2012. P. 2.

De esta manera, Tv Azteca sostuvo en primer término: “que los medios de comunicación no están obligados por ley a transmitir el debate entre los candidatos a la Presidencia de la República”. En segundo término: “que la gente está hastiada del acoso de los políticos las 24 horas del día, por medio de millones y millones de *spots* en radio y televisión que fueron expropiados a los medios de comunicación por una Reforma Electoral nociva para el proceso democrático”. En tercer término que: “la gente está cansada de la forma en que se ha degradado el discurso político hacia un formato superficial y acartonado que no inspira”. En cuarto término que “existen muchas otras opciones para ver el debate, tanto en radio como en televisión de paga e internet”. En quinto término que: “es necesario que las corporaciones televisivas operen con estrategias de negocio fundadas en las preferencias del *rating* del público y tomar decisiones de programación en consecuencia. En sexto término que “si el día de la contienda hay cines, teatros, etc. también podría haber futbol⁶. Y finalmente, en séptimo término que: “así como se ha peleado por tener un debate, también se debe luchar por la libertad de no transmitirlo en todos los medios y por ofrecer otras alternativas de programación a la audiencia”⁷.

Reforzando su posición opuesta al debate, el presidente de la empresa Televisión Azteca —empresa que más sanciones recibió del IFE desde el 2008—, Ricardo Salinas Pliego, subrayó por *twitter* “¡Si quieren debate, véanlo por Televisa, si no vean el partido por TV Azteca. Yo les paso los *ratings* al día siguiente!”⁸. Ante este desplante empresarial unilateral del *poder mediático* la reacción de las redes sociales fue intensamente crítica

6. “Eligen horarios por *rating*”. *Reforma*, México. 1 de mayo del 2012.

7. “No hay reto al Estado; el debate a muy poco les interesa: Salinas Pliego” *La Jornada*, México 5 de mayo del 2012. P. 7.

8. “Torpedean TV Azteca y FEMEXFUT el debate”. *La Jornada*, México. 1 de mayo del 2012. P.

1. “Es importante considerar que Televisión Azteca ha sido la empresa más multada por la autoridad electoral por sus recurrentes transgresiones a la ley, a lo que respondió con campañas sistemáticas para desacreditar al IFE. Así, desde 2008 la empresa Azteca fue la organización de comunicación más renuente a cumplir las pautas de mensajes electorales en los tiempos oficiales, y por ende, fue la más multada con un total acumulado de 200 millones de pesos. Su renuencia y deliberado boicot con los que boicoteó al IFE datan de la época en que entró en vigor la *Reforma Electoral*, cuando Televisión Azteca se negó a recibir la notificación de las pautas del Instituto en el 2008. De esta forma, la televisora del Ajusco comenzó sus sistemáticas campañas contra el IFE y la presunta corrupción registrada en sus finanzas, así como acusaciones contra el Consejero Presidente, Leonardo Valdés, para desacreditar su gestión”. “TV Azteca, la empresa que más sanciones ha recibido del IFE”. *La Jornada*, México. 2 de mayo del 2012. P. 9.

al grado de convertir esta posición empresarial en un *trending topic* (tema del momento), al cual Salinas Pliego reaccionó cuestionando “al grupito de *twitteros* autoritarios” que lo criticaron por no transmitir el debate presidencial, y en su lugar, pasar el partido Morelia-Tigres. ¡Este sí fue un verdadero debate entre “*twitteros* autoritarios” y los ciudadanos libres de votar por lo que quieran ver!”⁹.

De esta manera, Salinas Pliego olvidó que en septiembre del 2011 había publicado en su blog que “los medios de comunicación tenemos la obligación de informar e incluso, de ser críticos. Desde luego tenemos la responsabilidad de poner esta información en su contexto, y también, de dar a conocer las muchas cosas buenas que tiene México”¹⁰.

II.- La posición de la sociedad.

Ante el fallo unilateral del *poder mediático* de no transmitir en cadena nacional el primer debate presidencial, diversas instituciones, intelectuales y sectores de la sociedad señalaron que dicho evento era un insumo fundamental para ejercer un voto informado y razonado, y por lo tanto, demandaron que se transmitiera en cobertura para todo el territorio mexicano. Así, considerando que los debates y contrastes de propuestas en el espacio público constituyen una piedra angular para la construcción de la democracia y el fortalecimiento de una ciudadanía informada sobre las diversas propuestas de los diferentes partidos, el presidente del IFE, Leonardo Valdés, exhortó a los concesionarios de los medios electrónicos de comunicación electrónica a realizar la transmisión del primer debate entre la candidata y los candidatos a la Presidencia de la República, evitando la práctica de una democracia de baja intensidad¹¹. Reforzando esta posición el resto de los consejeros electorales y partidos representados en el IFE solicitaron a los radiodifusores que “antepusieran el interés del país, la racionalidad

9. “Arma Revuelo Salinas Pliego”. *Reforma*, México. 2 de mayo de 2012.

10. Loeza, Guadalupe, “El patán”. *Reforma*, México. 3 de mayo de 2012.

11. “Censura Valdés que TV Azteca haga prevalecer sus intereses económicos” *La Jornada*, México. 2 de mayo de 2012. P. 5; “IFE: Un reto a la autoridad, la actitud de televisora” *El Universal*, México. 2 de mayo de 2012, www.eluniversal.com.mx; “Pide IFE (de favor) pasar debate” *Reforma*, México. 3 de mayo de 2012, www.reforma.com.mx; “A los concesionarios de radio y televisión”, Desplegado del IFE. *La Jornada*. México. 4 de mayo de 2012. P. 15.

del debate presidencial y el derecho de los ciudadanos, transmitiéndolo en cadena nacional”¹².

La Coalición de Partidos de Izquierda consideró que “limitar la difusión del encuentro constituyó una involución democrática, un retroceso para el país, y le solicitaron a la Secretaría de Gobernación que transmitieran el evento con la mayor cobertura mediática posible”¹³. El Movimiento Progresista y el Partido Acción Nacional (PAN) cerraron filas y pidieron al IFE que pugnara por una mayor difusión del debate¹⁴.

El candidato Andrés Manuel López Obrador pidió a TV Azteca, a Televisa y a la Cámara de la Industria de Radio y Televisión, CIRT, que rectificaran su decisión y presentaran el debate presidencial en cadena nacional. De lo contrario “se demostraría que las televisoras estarían actuando como los grandes electores que a través de su dedazo protegerían a un *candidato chatarra*, que mediante la telenovela democrática que generaron, lo introdujeron como una mercancía política para imponerlo como presidente sin que fuera capaz de articular una frase completa, como un muñeco vacío”¹⁵. La precandidata presidencial, Josefina Vázquez Mota llamó a los ciudadanos a ver el debate entre los 4 candidatos presidenciales, pues éste era un gran espacio donde los aspirantes podrían expresar las alternativas que les ofrecían a la población, contrastar entre sí las diversas posiciones sobre el país e informar a los electores para ejecutar un voto más informado¹⁶.

El ex presidente del Consejo General del IFE, José Woldenberg, declaró que el debate “era una fórmula para que las diversas fuerzas políticas se reconocieran como adversarios legítimos. Por ello, fue lamentable que fuerzas de presión se opusieran a la realización de tal encuentro democrático, por lo que las televisoras deberían de transmitirlo”¹⁷. El consejero del IFE, Leonar-

12. “Debate sobre el debate” *Reforma*, México. 2 de mayo del 2012, www.reforma.com

13. “Habrá involución democrática”. *La Jornada*, México. 3 de mayo de 2012. P. 5.

14. “Rehúsa IFE pedir cadena nacional para el debate” *La Jornada*. México. 3 de mayo de 2012. P. 1.

15. “AMLO pide a TV Azteca difundir el debate” *El Universal*, México. 2 de mayo de 2012, www.eluniversal.com; “López Obrador pide a concesionarios difundir el debate por televisión abierta”. *La Jornada*, México. 2 de mayo del 2012. P.13; “Aún queda tiempo para que Salinas Pliego rectifique y se transmita el debate: AMLO”. *La Jornada*, México. 3 de mayo de 2012. P. 8.

16. “Apuesta Josefino a debate televisivo” *Reforma*, México. 1 de mayo del 2012. P. 4; “Vázquez Mota respeta el fut bol, pero pide a la afición que vea el debate” *La Jornada*. 2 de mayo de 2012. P. 12.

17. “Avala Woldenberg cadena”. *Reforma*, México, 3 de mayo de 2012, www.reforma.com; Woldenberg, José, “El debate que viene” *Reforma*, México. 3 de mayo de 2012, www.reforma.com.mx

do Córdoba, sostuvo: “por supuesto las televisoras ejercieron presión sobre el Estado, desafiándolo, desdeñando la ley y privilegiando el *rating* sobre la discusión de los grandes problemas de la República¹⁸. El representante del poder Legislativo, Guadalupe Acosta Naranjo, deploró que el IFE “no asumiera una postura más activa ante dicha situación, pues las televisoras retaron al Estado y pusieron a prueba su rectoría contraponiendo el *rating* contra la discusión pública¹⁹.”

La Asociación Mexicana del Derecho a la Información, AMEDI, consideró que: “el debate presidencial era un espacio trascendente para el país. Las concesiones de radio y televisión son un bien público de la nación y no merecen estar sujetas al desafío de los concesionarios. En este sentido, la decisión de Televisión Azteca de no transmitir ampliamente el debate entre los candidatos presidenciales, sólo pudo interpretarse como un franco desafío a la autoridad electoral y como una burla al esfuerzo por la construcción de la vida democrática del país. Por ello, emplazó a las autoridades, en sus diferentes niveles, a que cumplieran con sus obligaciones y se mantuvieran a la altura del delicado momento por el que atravesaba el país”²⁰.

El intelectual Enrique Krauze señaló: “la decisión de Salinas Pliego, fue una burla a la frágil democracia mexicana... ¡Al pueblo: pan y circo!”, porque el circo es propiedad privada del señor Salinas, debemos recordarle que no lo es: en México la televisión privada es una concesión pública que por definición debe servir al interés público. Ese interés, en este caso, es evidente: en México pueden verse cientos de partidos de fútbol (con sus respectivos debates) al año, pero para la elección presidencial 2012 tendremos solo dos debates. Y es del más alto interés público que lleguen al mayor número de ciudadanos. Los debates son un vehículo fundamental para salir de la “Babel” de ruido, confusión, vaguedad, tontería y mala leche que envenena nuestra vida política. Los debates, en todos los ámbitos, pueden ser una escuela de formación cívica, de respeto y tolerancia. Y en el caso particular de los debates presidenciales, son el instrumento imprescindible –de hecho,

18. “Desafía TV al Estado, denuncia consejero”. *Reforma*, México. 5 de mayo del 2012. P. 4.

19. Se niega el IFE a gestionar ante SG una cadena nacional para el debate”. *La Jornada*, México. 3 de mayo del 2012. p. 5.

20. Calleja, Aleida, y Aziz Nasif, Alberto, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, *Boletín AMEDI*, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México. 2 de mayo del 2012. P. 2, www.amedi.com.mx

el único— para que el ciudadano pondere no solo las ideas, la visión y el programa de los candidatos sino su temple, su carácter, su inteligencia, sus sentimientos y pasiones. En una palabra, su persona”.

Y agregó: “El tsunami de *spots* que inundó a México no solo no ofreció el conocimiento inmediato de los contendientes sino que lo difuminó y obstruyó. Los debates que se propusieron son insuficientes y rígidos. Como están las cosas, tendremos que esperar otros seis años para ver los debates necesarios. Debemos conformarnos con lo poco que hay. Pero aún ese poco es mucho para el señor Salinas. Su prioridad manifiesta es otra: el triunfo del Morelia, los ratings del juego, el circo. Él no sirve a la democracia, y tampoco la democracia le sirve a él. Él sirve a la “Civilización del espectáculo”, esa vacuidad que critica Mario Vargas Llosa en su libro más reciente. Hace poco el Grupo Salinas otorgó a Vargas Llosa el premio “Una vida por la libertad” por su defensa de la libertad (De la libertad, no del espectáculo). Para ser congruente, además de leer el libro, debería recordar que no solo de pan –y menos del circo– vive el hombre, y ejercer su libertad para servir a un fin más alto”²¹.

Finalmente, diversos grupos independientes de la sociedad civil exigieron a la Secretaría de Gobernación que ejerciera lo conducente para que la transmisión del debate se efectuara con el radio de extensión más vasta posible para que pudiera ser presenciado por la mayoría de la población en todo el territorio nacional²².

Ante dichas demandas plurales el IFE indicó que el debate no se movería de fecha y hora, y frente a ello, diversos organismos ciudadanos basados en el Artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión que faculta a la Secretaría de Gobernación para ordenar que “todas las estaciones de radiodifusión del país se puedan encadenar para asuntos de trascendencia nacional”, como son los debates presidenciales, le reclamaron al organismo electoral que solicitara formalmente a dicha Secretaría que decretara la formación de una cadena nacional para transmitir el debate a todos los

21. Krauze, Enrique, “La democracia o el espectáculo”, en: Revista *Letras Libres*, Blog de la redacción: Debates Salinas Pliego fútbol, México. 1 de mayo del 2012, <http://www.letraslibres.com/blogs/blog-de-la-redaccion/la-democracia-o-el-espectaculo>.

22. “Por respeto al IFE, descarta la SG ordenar la difusión en todo el país” *La Jornada*, México. 4 de mayo del 2012. p. 4.

rincones de la nación²³. Sin embargo, debido a las presiones que impuso el duopolio de la televisión y el Partido Revolucionario Institucional, PRI, sobre las diversas autoridades electorales, el IFE, la Secretaría de Gobernación y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, TEPJF, decidieron que no obligarían legalmente a los concesionarios de la radiodifusión nacional a transmitir el debate, pues por una parte, se violaría el derecho de los auditorios para poder ver otra programación de entretenimiento en ese mismo horario; y por otra, se provocaría más el enojo de los concesionarios que podrían dañar el proceso electoral²⁴.

Dicha realidad demostró que el Estado, las instituciones públicas, los consejeros electorales y los funcionarios del gobierno se arrodillaron frente al macro poder ideológico-político del duopolio televisivo, renunciando a ejercer sus facultades rectoras que les correspondía aplicar como elementos centrales del Estado nación mexicano.

III.- La incapacidad rectora de la clase política ante el poder mediático.

No obstante las demandas de múltiples instituciones, grupos y personajes sociales para solicitar la difusión en cobertura nacional del Primer Debate Presidencial, Televisión Azteca conservó su posición empresarial restrictiva de no transmitirlo en un radio de gran amplitud. Así, el duopolio televisivo decidió practicar el *bullying* electoral sin limitaciones, ni más justificación que hacer prevalecer el negocio del fútbol profesional por encima de cualquier prioridad nacional²⁵.

Sin embargo, debido a la fuerte presión que ejerció la sociedad civil organizada, especialmente de los *twitteros*, Salinas Pliego reconsideró su posición y aceptó dar a conocer el evento de forma restringida. Así, TV Azteca no difundió el debate por los canales 13 y 7 de cobertura nacional, sino que sólo lo dio a conocer por el Canal 40 experimental de cobertura regional

sólo para el Valle de México²⁶. Por su parte, Televisa decidió difundirlo por la cobertura menor del canal 5 y no por la cobertura nacional de su Canal 2 estelar, en la cual decidió transmitir en el mismo horario el concurso de canto infantil denominado “Los Pequeños Gigantes”, que en ese capítulo descalificó al grupo de niños concursantes denominado “Los Rebeldes”.

Así, la primera disputa de los candidatos presidenciables efectuado desde el World Trade Center de la ciudad de México sólo se transmitió en televisión por el Canal 11 (Politécnico Nacional), Canal 22 (CONACULTA), Canal 34 (TV Mexiquense), Milenio TV, CNN en Español, Canal 5 (Televisa), Canal 40 (TV Azteca), repetidoras para las 32 entidades del país y señales especiales de internet²⁷.

De esta forma, la intolerancia de los concesionarios que controlaban el 90% de la penetración televisiva en el país puso a competir en audiencia el primer debate político con dos programas de entretenimiento de alto *rating*²⁸.

En este sentido, desconociendo que los empresarios de la televisión comercial privada operan en México en base a concesiones jurídicas que les otorga el Estado para funcionar a partir del interés público, el duopolio televisivo excluyó este escenario constitucional y retó al propio Estado mexicano rebelándose para no transmitir a través de los principales canales de televisión dicho encuentro. De esta manera, menospreciando toda la gran inversión material, física, cultural y humana que realizó el IFE en los últimos 2 años para preparar la construcción de una “*democracia de alta intensidad*” en la que el país reflexionara y discutiera sobre las grandes contradicciones de crecimiento nacional²⁹; el *poder mediático* minimizó tal evento que solo se efectúa cada 6 años en el país, y apostó por el modelo de la “*democracia de baja intensidad*” donde no se le dio relevancia o se marginó la polémica sobre

23. “Descarta el IFE mover el debate” *Reforma*. México. 2 de mayo del 2012. P. 4.

24. “Desechan debate en cadena nacional”. *El Universal*, México. 3 de mayo del 2012, www.eluniversal.com.mx; “Desiste el IFE de cadena nacional”. *El Universal*. México. 3 de mayo del 2012, www.eluniversal.com.mx; “El IFE desaprovechó el aval de Los Pinos para una cadena nacional” *La Jornada*, México. 4 de mayo del 2012. P. 2; “Debate no va por cadena nacional: TRIFE”. *El Universal*, México. 5 de mayo del 2012, www.eluniversal.com.mx; “Rechaza el TEPJF ordenar la cadena nacional para el debate”. *La Jornada*, México. 5 de mayo del 2012. P. 9.

25. López Narváez, Froylán, “*Bullying* electoral”. *Reforma*, México. 2 de junio del 2012. p. 15.

26. “Debate no se verá en canales estelares de tv”. *El Universal*, 1 de mayo del 2012; “Televisoras ponen en vilo al debate” *El Universal*, México. 1 de mayo del 2012; Gómez Leyva, Ciro, “La patanería de Ricardo Salinas Pliego” *Milenio Diario*, México. 1 de mayo del 2012; Brambilia, José Antonio, “Tolerancia sin límites”, en: *Revista Zócalo*, No. 148, México. Junio del 2012, P.45, www.zocalo.com.mx

27. “Acuerdan IFE y CIRT garantizar en las 32 entidades la transmisión del debate”. *La Jornada*, México. 6 de mayo del 2012. P. 12.

28. Córdova Vianello, Lorenzo, “Los medios y el debate” *El Universal*. México. 4 de mayo del 2012, www.eluniversal.com.mx

29. “TV Azteca reta a la autoridad: IFE”. *El Universal*, México. 2 de mayo del 2012.

los grandes problemas nacionales, y sólo se privilegió a los simples procesos de participación formal de los ciudadanos a través del voto para legitimizar a la nueva clase política que se elegiría en las urnas.

Paradójicamente, mientras esta realidad electoral sucedía en México, en ese mismo marco histórico, en los Estados Unidos donde también se preparaban las elecciones presidenciales para la Casa Blanca, la *National Football League (NFL)* –una de las ligas de fútbol americano más rentables del mundo– decidió no interferir con el proceso de sucesión electoral del Presidente Barack Obama, y por primera vez, en toda su historia empresarial norteamericana, modificó la inauguración de su temporada deportiva moviéndola para el 5 de septiembre con el fin de evitar obstaculizar el discurso del presidente Obama en la Convención Demócrata del 2012³⁰. De igual forma, en idéntico contexto, a 4 días de las elecciones en la segunda vuelta en Francia, los candidatos al gobierno francés en el 2012, Nicolás Sarkozy y François Hollande, celebraron un fuerte, frontal y enriquecedor debate electoral que fue televisado por todas las cadenas públicas y privadas del país³¹. Finalmente, en el mismo sentido, sorprendentemente, una cadena norteamericana transmitió íntegro en una amplia cobertura en el territorio norteamericano, el primer debate presidencial mexicano, demostrando que los espectadores si se interesan por dichas temáticas políticas³².

30. "Faulea el futbol a debate del IFE". *Reforma*, 1 de mayo del 2012. p. 1. Consultar también Yehya, Naief, "Medios electrónicos y las campañas en E.U." en: Revista *Zócalo*, No. 148, México. junio del 2012. p.p. 33 a 35, www.zocalo.com.mx

31. Castañeda, Jorge, "El debate en Francia". *Reforma*. 3 de mayo del 2012, www.reforma.com. Al respecto es importante señalar que "el formato de dos candidatos dirigiéndose el uno al otro, sólo acompañados por dos conductores que marcaban el tiempo y trataban, casi siempre en vano, de ir cambiando de tema es algo ajeno a la idiosincrasia mexicana de aversión al conflicto pero indispensable en cualquier democracia. Se insultaron -Sarkozy le dijo pequeño calumniador y mentiroso a Hollande; el socialista no bajó a Sarkozy de incompetente e irresponsable, siempre con pretextos y ajeno a toda culpa. Incluso entraron en golpes bajos como la relación de cada uno de ellos con Strauss-Kahn. Se dirigían el uno al otro, se interrumpían; hablaron lo mismo: 72 minutos con 17 segundos. Este formato encierra la desventaja de las constantes interrupciones, de la dificultad de seguir un hilo argumentativo hasta el final y de prolongar artificialmente algunos temas que no necesariamente son los más importantes. Son los costos de la confrontación directa pero también son factores que le permiten a los votantes tomar una decisión consciente" Castañeda, Jorge, "El debate en Francia" *Reforma*. México. 3 de mayo del 2012, www.reforma.com; Roitman Rosenmann, Marcos, "Elecciones en Francia: ¿Fin de ciclo o continuismo?" *La Jornada*. 6 de mayo del 2012. P. 26.

32. "Rechaza el TEPJF ordenar la cadena nacional para el debate" *La Jornada*. 5 de mayo de 2012. P. 9.

Sin embargo, pese a los obstáculos impuestos por el duopolio televisivo mexicano, los resultados de penetración del evento fueron sorprendentes pues por una parte, el partido de fútbol "Monarcas-Tigres" transmitido por el Canal 40 de TV Azteca obtuvo 9 puntos de *rating*, mientras que el debate presidencial transmitido por el Canal 5 de Televisa en cobertura abierta alcanzó una penetración superior promedio a 10.4 puntos de *rating*, y en la parte final obtuvo hasta 12 puntos de audiencia³³.

Incluso, un mes después, éste éxito de la cultura política televisiva se volvió a repetir cuando el segundo debate presidencial realizado el 10 de junio del 2012, tuvo un interés más notable en la población al registrar 100% de mayor penetración con 22.6 puntos de *rating* en todo el país³⁴. Así, el día del segundo encuentro el *rating* del debate político rebasó la penetración de las principales televisoras con su programación comercial, pues el Canal 2 de Televisa, sólo registro un *rating* de 17.4 puntos y el Canal 13 de Televisión Azteca obtuvo 5.2% puntos³⁵.

Por otra parte, en las redes sociales éste debate entre los candidatos presidenciales también alcanzó un éxito inusitado pues al menos en *Twitter* el encuentro por la sucesión presidencial derrotó al partido de fútbol transmitido por Televisión Azteca a la misma hora, ya que tales tópicos futboleros tuvieron escasa presencia como temas relevantes o *trending topics* (TT) en esa red social. Sin embargo, asombrosamente, en ese lapso de tiempo a escala mundial buena parte de los *trending topics* estuvieron relacionados con el intercambio entre los aspirantes a la Presidencia de México, llegando un momento en el que hasta ocho de los 10 temas más destacados en el planeta tenían que ver con lo que se estaba discutiendo en el World Trade Center de la Ciudad de México. En cuanto al sentimiento de los *tuiteros* hacia los candidatos presidenciales, todos los seguidores postearon *twitts* críticos, por lo que la totalidad del tiempo el índice estuvo en terreno negativo³⁶.

33. "El debate superó expectativas". *Crónica*. 7 de mayo del 2012, www.cronica.com.mx; Un punto de *rating* equivale aproximadamente a 380 mil televidentes, lo cual significa que 3 millones 952 mil personas siguieron la discusión entre los candidatos presidenciales; en tanto que 3 millones 420 mil optaron por el fútbol. El programa *Pequeños Gigantes* de Televisa obtuvo un *rating* de 17.3 puntos que superó la audiencia del debate político. "En canal 5, el debate tuvo más audiencia que el fútbol". *La Jornada*. 8 de mayo del 2012 p. 5.

34. "Segundo debate, el más visto de la historia". *La Jornada*. 12 de junio del 2012. p. 13.

35. *Ibid.* p. 13.

36. "Twitter: La discusión derrotó al fútbol". *La Jornada*, México. 7 de mayo del 2012. P. 7.

Así, no obstante las limitaciones impuestas por el *poder mediático* las consecuencias de la difusión del encuentro sobre la opinión pública también fueron importantes, pues las encuestas de opinión posteriores a la transmisión del primer debate reflejaron un cambio importante en las preferencias de intensidad del voto al dejar a Enrique Peña Nieto con 46.9%, Josefina Vázquez Mota con 26.2%, Andrés López Obrador con 23.7 % y Gabriel Quadri con 1.9% de preferencia electoral³⁷.

Empero, no satisfechos los concesionarios privados con el boicot a la difusión de la primera discusión política y sin considerar el significativo impacto positivo que éste motivó en la opinión pública nacional, al día siguiente de la transmisión del primer debate, las industrias electrónicas privadas, particularmente las audiovisuales, intentaron desviar la atención del país señalando que lo más destacado del debate no fueron los contenidos que se expusieron sobre la problemática del país, sino la presencia sexy y frívola de la edecán argentina Julia Orayen, una ex conejita modelo de *Playboy* en 2008. Así, subrayaron que lo visualmente fundamental no fue la sustancia ideológica expuesta por los contendientes presidenciales, sino el muy atrevido escote que la modelo lució ante las cámaras durante 1 minuto; en un vestido blanco muy enfundado, para entregar a los precandidatos al inicio de la competencia unas boletas jerarquizadas que definirían los turnos de las participaciones, llevándose con ello estelarmente la noche política³⁸.

La ofensiva crítica mediática contra el IFE en el post debate fue tan grande, especialmente de la *Telecracia*, que el presidente del organismo, Leonardo Valdés, pidió disculpas públicas a la sociedad y a los candidatos por la infortunada participación de la edecán, atribuyéndole a la casa productora del evento la responsabilidad de introducir a la mujer como “objeto de distracción”³⁹.

37. “Encuesta de seguimiento Milenio GEA/ISA”. *Milenio Diario*. México. 8 de mayo del 2012.

38. “Da IFE rol estelar a ¡playmate!”. *Reforma*. 7 de mayo del 2012. P.1. “Modeló para ‘Playboy’ y actuó en ‘realities’”. *El Universal* (On line) 7 de mayo de 2012, www.eluniversal.com.mx; Sarmiento, Sergio, “La edecán” *Reforma*. 8 de mayo de 2012. p.14 “la edecán yo creo que si es una provocación del IFE” *El Universal* (On line) 7 de mayo de 2012.

39. “Se disculpa el IFE por el atuendo de la edecán; responsabiliza al ‘productor’”. *La Jornada*, 8 de mayo del 2012. P. 10; “La edecán fue un error de producción: IFE”, *El Universal* (On line). 8 de mayo del 2012, www.eluniversal.com.mx; “El debate de la edecán incómoda” *Milenio* (On line) 8 de mayo del 2012, www.milenio.com.mx; “Siente edecán del IFE que manosean su vida” *Reforma*, Sección Gente, México. 8 de mayo del 2012, página 1a.

Sin embargo, pese a los obstáculos interpuestos por la *Telecracia*, la transmisión de la discusión política sobre el futuro del país fue un éxito, pues suscitó más interés en los auditorios que la difusión del entretenimiento deportivo o espectacular en México. De esta forma, la actitud sensible de la teleaudiencia para enfrentar la solución de los grandes conflictos de nuestro desarrollo nacional desmitificó el lema popular “¿Pá que veo el debate si ya sé de qué se va a tratar?... mejor veo el fut” y eligió mayoritariamente atender la polémica sobre el desarrollo de la nación. Esta realidad demostró contundentemente que al contrario de los postulados despóticos de los concesionarios televisivos, la discusión de los grandes problemas de la agenda nacional si despierta gran motivación en la mayoría de la población, incluso por encima de otros eventos “triunfadores” de la programación comercial privada.

IV.- Consecuencias de la oposición del *poder mediático* en la difusión del primer debate de los candidatos presidenciales del 2012.

La avalancha de hechos que cotidianamente transmiten los medios de difusión colectivos hacia la opinión pública en México, especialmente la televisión, sepultan sistemáticamente el recuerdo y el análisis de realidades muy relevantes para comprender y corregir el futuro de la historia de la comunicación política moderna en el país. Por ello, resulta muy relevante considerar que a través del fuerte desafío ejercido por el *poder mediático* como *poder fáctico* contra el Estado nación mexicano y la incapacidad notable de la clase política para ejercer su autoridad rectora a favor de las mayorías nacionales, se confirmaron las siguientes 14 realidades en el ámbito nacional, y en particular en el terreno de la comunicación política:

1.- El comportamiento empresarial intolerante del duopolio televisivo corroboró su tendencia mediática de oponerse a la edificación de la democracia en México, con el fin de evitar que éste proceso pudiera crear otro proyecto abierto y plural de comunicación social que pusiera en peligro sus intereses monopólicos ya conquistados. Con dicho objetivo boicotean sistemáticamente la creación de los sistemas comunicativos plurales de gobernabilidad nacional con la mira de seguir conservando los enormes privilegios unilaterales e ilimitados que ha conquistado por décadas al aliarse al funcionamiento del viejo prototipo de autoritarismo político en el país.

2.- La actitud prepotente de los monopolios informativos constató el desprecio por la democracia y la debilidad de los actores políticos y de sus instituciones frente al *poder fáctico* de las televisoras, como también el nulo interés de éstas empresas oligopólicas por respetar el derecho a la información y los procesos plurales del país. Así, dichas empresas optaron por proporcionar “pan y circo” para las mayorías al priorizar el derecho superior de los televidentes para recibir con mayor cobertura informativa el fútbol y los concursos de los “nuevos valores musicales” infantiles; que actuar responsablemente ante lo que fue uno de los comicios más importantes para definir el destino de la nación en el 2012⁴⁰ y que sólo se practica cada 6 años en el país.

3.- Este capítulo de la historia de la comunicación política nacional exhibió la debilidad del Estado mexicano frente a los *poderes fácticos* mediáticos cuando se oponen al avance de la construcción de la democracia en México, y que desde el derrumbe del presidencialismo meta constitucional, se constata que abdicó ante el *poder mediático*⁴¹. Dicha situación llegó a tal extremo cuando después de oponerse frontalmente las principales televisoras del país a difundir el primer debate presidencial, el IFE publicó un desplegado en el que afirmaba que “reconocía públicamente el compromiso democrático de los concesionarios de radio y televisión”⁴².

4.- La acción desafiante de los *poderes fácticos mediáticos* hacia el Estado fue producto, por una parte, de un gobierno mexicano, cada vez más débil que no tuvo capacidad para ejercer su autoridad rectora y regular el funcionamiento social de los medios de comunicación electrónicos; y por otra parte, de los legisladores que fueron ineptos y omisos para crear una nueva ley que democratizara la radiodifusión nacional y facilitara mayores opciones para que los concesionarios realizaran una difusión masiva de los debates presidenciales.

5.- La consolidación de la democracia no se puede cristalizar sin la “construcción de la ciudadanía”, pero ésta función no solo es responsabi-

40. Calleja, Aleida, y Aziz Nassif, Alberto, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, Boletín AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), 2 de mayo del 2012. www.amedi.com.mx

41. Cantú, Jesús, “TV Azteca y el Estado que abdica”, Revista *Proceso*, No. 1853. México. 6 de mayo del 2012. P.p. 56 y 57.

42. Huchim, Eduardo R., “El debate y el Estado débil”. *Reforma*, México. 8 de mayo del 2012, p. 14.

lidad exclusiva del Estado y sus instituciones, sino también de los medios de difusión colectivos. Sin embargo, el prototipo monopolístico del duopolio televisivo en México se resiste sistemáticamente a colaborar en este proceso fundamental al privilegiar el lucro y la restricción comunicativa, y no su fin social como lo demanda el otorgamiento estatal de las concesiones que han sido concedidas como un bien público para el buen funcionamiento de la sociedad⁴³.

6.- A pesar del gran interés mostrado por los ciudadanos para conocer las diversas propuestas de cambio para el país formuladas por los distintos partidos políticos en la fase de cambio de poderes públicos, los propietarios de los grandes medios de difusión electrónicos impusieron un cerco informativo eludiendo difundirlas en gran cobertura. A través de ello, evitaron la polémica y protegieron la imagen del candidato, Enrique Peña Nieto, con mayor ventaja en las encuestas electorales⁴⁴.

7.- El sabotaje al debate fue un elemento más de fuerza que ejerció el *poder mediático* en su empeño por impulsar la contrarreforma electoral, con objeto de regresar al viejo modelo de comunicación política electoral privado que les dejaba ganancias millonarias y les permitía presionar coyunturalmente a los candidatos, partidos y funcionarios para obtener más privilegios monopolísticos⁴⁵. De esta forma se constató que su responsabilidad con la democracia y el derecho a la comunicación solo es viable si pueden lucrar con las elecciones⁴⁶.

8.- Para el poder de la *Telecracia* es más importante realizar el “*business publicitario*” que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional, con lo cual se opuso a la creación de la *democracia deliberativa* en México, que es una de las vías relevantes que permite elevar el nivel civilizatorio en el terreno político México. De esa manera, apostó por la ganancia comercial y por la información acotada para

43. Córdova Vianello, Lorenzo, “Los medios y el debate”. *El Universal*, México. 4 de mayo del 2012, www.eluniversal.com.mx

44. “Los medios imponen cerco informativo a propuestas de cambio verdadero: AMLO”. *La Jornada*, México. 6 de mayo del 2012. P. 10.

45. “Faltan condiciones para unos comicios limpios y equitativos, señalan expertos”. *La Jornada*, México. 7 de junio del 2012. P. 9.

46. Calleja, Aleida, y Aziz Nassif, Alberto, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, Boletín AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México. 2 de mayo del 2012. P. 2. www.amedi.com.mx

continuar conservando su control político y no por edificar bases de mayor racionalidad civilizatoria.

9.- El duopolio, acostumbrado a imponer sus privilegios por encima de la sociedad, sabe que cada vez más puede ir más lejos sin ninguna consecuencia, porque ni el gobierno ni los partidos harán nada para detenerlos. Un ejemplo así lo muestra con la toma ilegal que hizo TV Azteca del canal 40 mediante un comando armado, sin que hubiera autoridad alguna que hiciera valer el estado de derecho⁴⁷.

10.- El fallido intento de TV Azteca para entorpecer la difusión del debate presidencial y la reticencia de Televisa para darle toda la cobertura posible, confirmaron las consecuencias indeseables que tiene para el país la desmedida concentración de muchas frecuencias de televisión en manos de solamente dos empresas. Por consiguiente, no se puede tener confianza alguna en la vocación social de dichos consorcios que reiteradamente se han opuesto al avance de la democracia en México⁴⁸.

11.- Con todo ello, la política dejó de ser política y se convirtió el *telepolítica* adoptando las reglas y dinámicas de la televisión que son la virtualidad, el espectáculo y la obtención de su respectivo *rating*, más no la discusión integral a fondo de los grandes problemas nacionales. De forma que los candidatos a la presidencia de la República, tuvieron éxito o no, en la medida en que fueron buenos actores televisivos ante las cámaras o *diales* y no en el promedio en que sus propuestas planificadoras como estadistas encararon los grandes desafíos de la nación. La forma se convirtió en fondo, y el fondo prácticamente desapareció del horizonte de transformación del país.

12.- En la contienda electoral del 2012 los partidos políticos y el Instituto Federal Electoral emplearon los mayores recursos de difusión de toda la historia de la comunicación nacional con el uso de más de 43 millones de *spots* a través de los *tiempos oficiales* del Estado para difundir sus mensajes proselitistas a la sociedad; sin destinar un solo segundo de estos apoyos informativos para que los ciudadanos, que son quienes pagan dichos *tiempos de Estado*, pudieran discutir con tales instituciones políticas sus diversas propuestas de gobierno para el futuro nacional. Es decir, la clase políti-

47. *Ibidem*.

48. *Ibidem*.

ca construyó un macro modelo comunicativo electoral de mordaza masiva donde solo los partidos pudieron hablar a la colectividad a través de sus *spots* y pseudo debates; y todo el resto de los ciudadanos quedaron borrados para utilizar dicho sistema con el fin de comunicarse con los candidatos para confrontar sus promesas sobre el futuro de la colectividad nacional.

13.- La incapacidad de los partidos para comunicarse con la sociedad durante el proceso electoral del 2012 fue tan paupérrima que la estrategia fundamental de la mercadotecnia política de los candidatos a los cargos de representación popular giró alrededor de aplicar el “moderno” recurso mercadológico de la *guerra sucia*, consistente entre otros aspectos en difamarse, ridiculizarse, denostarse, acusarse, descalificarse, anularse, y desprestigiarse entre sí; y no en polemizar a fondo sobre los urgentes conflictos de nuestra grave agenda nacional, proponiendo las alternativas viales para la resolución de los mismos. Los pocos diagnósticos presentados por los candidatos a la jefatura de la República, a los gobiernos de los estados, al Distrito Federal y a los cargos en el Poder Legislativo sobre la situación de nuestras comunidades, fueron grandes lugares comunes que no fueron acompañados con las formas específicas y los recursos concretos que aseguraran como alcanzarlos, sino que quedaron como simples ofrecimientos oportunistas de campaña que cumplieron con el dicho popular ¡Prometer, no empobrecer!.

14.- Finalmente, este capítulo de la historia de la comunicación político electoral demostró que el *poder mediático* ya no es más el cuarto poder, sino el primer poder político que está por encima del IFE, de los poderes públicos y de los órganos constitucionales de gobierno legítimos; que impone sus intereses particulares sobre las necesidades colectivas básicas de la nación⁴⁹. Por ello ahora es prioritario preguntarse y esclarecer ¿Qué poder está por encima del otro en la República? ¿Quién determina y hace valer el interés general? ¿Quién manda en el país?⁵⁰.

Todos estos hechos constataron que no obstante que el primer debate presidencial fue realizado en el contexto de la celebración de los 150 años de la liberación del poder despótico que ejerció el imperio francés sobre la

49. “Advierte WSJ de duopolio” *Reforma*. México. 3 de mayo del 2012, www.reforma.com; “Se confirma que las televisoras están por encima del organismo electoral: AMLO”. *La Jornada*. México. 4 de mayo del 2012.

50. Aristegui F, Carmen, “El verdadero debate”. *Reforma*, México. 4 de mayo del 2012. P. 13.

República mexicana, y de la conmemoración de las conquistas de justicia de los trabajadores mexicanos el 1° de mayo; paradójicamente, un siglo y medio después, en el año 2012 se volvió a vivir la misma experiencia despótica contra el Estado y la sociedad, pero ahora por parte del *poder mediático* que nuevamente se opuso al avance de la democracia moderna en México. Así, se comprobó que la filosofía planteada por el general Ignacio Zaragoza hace 150 años, cuyo contenido formuló “el triunfo de la razón por encima de cualquier interés que no fuera el de la nación”, todavía está muy lejos de alcanzarse en nuestro país.

Dicha realidad atestiguó, una vez más, el grado en el que *poder mediático* ha conquistado una enorme fuerza histórica con la que ahora subordina al poder legítimo del Estado nación derivado de la Independencia y la Revolución mexicana. Por ello, es necesario tomar conciencia de que históricamente hoy estamos ante un nuevo tipo de *Estado Híbrido* que es el que domina a principios del tercer milenio en México y no frente el *Estado Republicano* derivado de los movimientos emancipadores de la historia nacional que tardó más de 200 años en construirse en el país.

V.- El surgimiento del “movimiento # 132” y de la “primavera nacional”.

Ante la severa decadencia del sistema político nacional que ocasionó que durante mucho tiempo éste desdeñara o considerara muy poco a los ciudadanos, sorprendentemente los jóvenes del país hartos de esta larga herencia de irresponsabilidad, marginación, simulación y desvergüenza del viejo orden establecido, expresaron su indignación nacional creando el 11 de mayo del 2012, a través de las redes sociales, el movimiento estudiantil denominado #YoSoy132. Dicho movimiento rebasó la mercadotecnia propagandística *light* de los estrategas de los partidos y la posición prepotente de los *poderes fácticos mediáticos* de la radio y la televisión privada introduciendo nuevamente una interrelación entre candidatos a la presidencia de la República, partidos políticos y ciudadanía que modificó positivamente el clima electoral de esa fase de transición política nacional.

Así, surgió el movimiento estudiantil “#YoSoy132” que sacudió al país y emergió:

[...] con un posicionamiento lejos de las imposiciones ideológicas y cerca de las preocupaciones ciudadanas. Con una lógica lejana a los intereses de los poderes fácticos y cerca de quienes los cuestionan. Rechazó la desinformación y exigió la veracidad; rechazó la manipulación y exigió el profesionalismo; rechazó las directrices del duopolio televisivo y logró romper el cerco que con demasiada frecuencia impone. Armado únicamente con el entusiasmo y los instrumentos de las redes sociales, cambió el debate preelectoral y lo condujo hacia lo que realmente importa: la disfuncionalidad de la democracia mexicana y las peores prácticas que aun la caracterizan”⁵¹.

De esta forma, la corriente juvenil “#YoSoy132” se auto definió ante la opinión pública en su primer manifiesto como un movimiento eminentemente estudiantil con las siguientes características:

“Somos un antiguo minero, o un joven rebelde, o una burguesa guapa. Somos lo que ustedes no son. Nosotros venimos de las redes, de un mundo de ceros y unos, de un mundo que no conocen y que nunca manipularán.

No queremos el mundo tuerto que los medios construyen cada día para distraernos mejor.

Somos los que no encontraron la salida y se perdieron en las escaleras de emergencia. Somos el México que despertó. No nos creemos las clarinadas de la victoria: “La democracia ha ganado”, “La historia se ha acabado”, “Triunfa la libertad”, “El mercado está abierto”.

Nosotros nacemos del silencio, lejos del bullicio de nuestras manifestaciones. Somos los que balbucean consignas en contra del poder. Nuestra ideología, erra, vagabundea. Somos los expatriados, los que no creen en las fronteras ni en los pasaportes. Somos amigos de lo clandestino, parias que copian *software*, música y libros y los distribuimos en todo el mundo.

Somos los que conjuran un mejor país, hombres y mujeres partidos en varias lenguas, en muchas culturas y pensamientos.

51. Dresser, Denise, “#YoSoy132: tres riesgos”, Revista *Proceso*, No. 1867. México. 13 de agosto de 2012, <http://www.proceso.com.mx/?p=316927>.

Somos los desesperados, los que refrescan el *timeline* cada cinco minutos. Somos la nostalgia de revolución de nuestros padres. Somos la nostalgia de un futuro que podría ser.

Creemos que la protesta pertenece al pasado, pero también creemos que la protesta contra el orden es el fundamento del orden nuevo. Somos un camino, una desviación. Somos #YoSoy132⁵².

Con dicha dinámica de insurgencia civil se inició sorpresivamente la etapa de la “Primavera Mexicana”, consistente en la discusión abierta en el espacio público, especialmente de internet y de algunos medios de comunicación públicos, sobre los grandes problemas de la nación por la sociedad civil y la demanda de la resolución de los mismos. Paradójicamente, durante muchas décadas ni los partidos políticos, ni el sistema de comunicación comercial de las industrias electrónicas particulares, ni el gobierno de “transición a la democracia” fueron capaces de generar tal nivel de concientización y de polemización nacional.

De esta forma, impactó relevantemente la dinámica política y de participación social del país:

[...] Exhibió los vínculos entre el poder mediático y el poder político y lo hizo eficazmente. Obligó a las televisoras a ceder y a los políticos a recular. Obligó a los candidatos a debatir y a los medios a informar. Abolló la candidatura de Enrique Peña Nieto y lo forzó a anunciar reformas que de otra manera jamás habría promovido. Armó marchas multitudinarias en el Distrito Federal y sacudió conciencias en otros estados. Colocó —en varios eventos de campaña— al puntero priista contra la pared. Pero más importante aún: abasteció la esperanza en el país posible. Cuestionó la pasividad de un país predecible. Le informó al PRI que ya no podría gobernar de la misma manera: edificando porros, comprando candidaturas, manteniendo a México en la inamovilidad⁵³.

52. “Difunden “Manifiesto” del movimiento #YoSoy132”, Revista *Proceso*. México. 28 de mayo del 2012, (Consultado el 13 de agosto del 2012).

53. Dresser, Denise, “#YoSoy132: tres riesgos”, Revista *Proceso*, No. 1867. México. 13 de agosto de 2012, <http://www.proceso.com.mx/?p=316927>.

Tal corriente juvenil obligó a que la orientación “verborrérica” de las campañas políticas, la conducta autoritaria de los monopolios mediáticos y la actitud simuladora de los partidos, cambiaran de dirección, permitiendo la apertura y la expresión de la pluralidad en los *diales* de la radio y las pantallas de televisión; y paradójicamente, lograron que algunos de los candidatos a la presidencia de la nación polemizaran con dicho frente ciudadano sobre cómo enfrentar y solucionar los grandes pendientes de la agenda de la República.

Asombrosamente, este movimiento juvenil de renovación nacional surgió primero en internet, a través de diversas redes sociales, y posteriormente, tomando físicamente los espacios públicos, con banderas ciudadanas que nunca antes se habían levantado como propuestas políticas de renovación del sistema de comunicación colectivo y de reestructuración del proceso de democracia nacional. Así, por ejemplo, demandaron limitar el poder de los monopolios de la comunicación, la transmisión en cadena nacional de los debates para la presidencia de la República, evitar la manipulación informativa de las industrias culturales, la creación de nuevas cadenas de televisión en todo el territorio nacional, el incremento de voces plurales en la programación comercial, la formación de figuras jurídicas defensoras de las audiencias, la apertura de nuevos espacios ciudadanos en los canales electrónicos, etcétera, que las plataformas legislativas de los partidos políticos nunca fueron capaces de plantear por sus bancadas durante muchas décadas a la sociedad.

De esta manera, el movimiento juvenil #YoSoy132 gradualmente planteó la siguiente agenda para la democratización de los medios de comunicación en México, fundada en 4 ejes:

- 1.- “Comprometerse a combatir el monopolio informativo, fundamentalmente mediante la aplicación de cuatro estrategias:”
 - A.- “Promover la competencia que garantice la pluralidad de opiniones en el ámbito de lo privado, a través de una reforma del marco jurídico que evite la creación y consolidación de monopolios y/o oligopolios informativos (televisión, prensa, radio, etc.). Que genere a su vez un rango más amplio de contenidos y precios más competitivos, atendiendo a la función social que deben de tener los medios”.

- B.- “Fortalecer la garantía de independencia de los organismos reguladores en materia de medios de comunicación y telecomunicaciones, para evitar que sean sometidos por los entes regulados”.
- C.- “Descentralizar las concesiones del espectro radioeléctrico y transparencia en los procesos y criterios de licitación, incentivando la diversidad y pluralidad en los medios de comunicación así como su acceso a todos los segmentos de la sociedad en condiciones de equidad y de no discriminación”.
- D.- “Reconocer e incluir a los medios ciudadanos, alternativos y comunitarios conforme a Tratados Internacionales de Derechos Humanos y de Libertad de Expresión”.
- 2.- “Garantizar que la transición analógica respete y promueva el derecho a la información de la población y la inclusión de todos los sectores. La migración tecnológica deberá contener criterios democráticos que incentiven la diversidad y pluralismo de los medios, garantizando la inclusión de todos los sectores sociales en condiciones de igualdad y no discriminación al momento de la asignación de los nuevos canales para evitar que caigan en las mismas manos. Asimismo, el Estado deberá garantizar que el costo de la transición no sea un obstáculo para el buen funcionamiento de los medios públicos y permisionarios”.
- 3.- “Crear y fortalecer un modelo de medios públicos, complementando los modelos existentes: estatal y privado. Entendiendo como medio público, aquél que cuenta con presupuesto público, patrimonio propio, autonomía y un consejo ciudadano que gestione sus contenidos”.
- 4.- “Garantizar el acceso universal a internet, especialmente para aquellos grupos vulnerables o marginados, buscando disminuir progresivamente la brecha digital. De igual forma, todo intento por regular la libertad de expresión en internet, deberá mantenerse al margen de la criminalización a los usuarios y prestadores de servicios en esta plataforma tecnológica”⁵⁴.

54. “Agenda del “Movimiento Yo Soy # 132”, Asambleas Generales Interuniversitarias, realizadas en la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Iberoamericana, el Instituto Politécnico Nacional, el Claustro de Sor Juana, la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco y Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México, junio-julio del 2012.

En esta forma, los jóvenes salieron a las calles de todo el país y de otras partes del mundo con diversas consignas como “Peña, la tele es tuya, la calle es nuestra”, “La tele te idiotiza”, “No queremos una democracia de telenovela”, “Estudiantes informados, jamás manipulados”, “No somos uno, ni somos cien; prensa vendida, cuéntanos bien”,⁵⁵ “Yo si veo, no veo Televisa”; “Las manifestaciones cerrarán calles, pero abren caminos”, “Hay que estudiar, hay que estudiar, el que no estudie como Peña va a acabar”, “Esos son, esos son, los que chingan la nación”⁵⁶, etc.

Todas ello con el fin de solicitar la existencia de otro modelo de comunicación que favoreciera el proceso de la democracia y la creación de otro prototipo de desarrollo que diera un futuro positivo para las mayorías nacionales.

En este sentido, lo que la clase política y sus partidos no le permitieron lograr a la sociedad mexicana durante los últimos 40 años, los jóvenes lograron colocarlo relevantemente ante la opinión pública en 20 días.

Es por ello, que en esta nueva fase, será fundamental que para conservar los avances alcanzados hasta ahora en el ámbito de la formación de conciencia en el espacio público, dicho movimiento ciudadano universitario se transforme de una iniciativa coyuntural a un movimiento permanente de vigilancia sobre el comportamiento de los medios de comunicación y de creación de diversas propuestas para formar un nuevo modelo de comunicación colectiva que posibilite el avance de la democracia y la civilidad en México.

VI.- La respuesta del estado a la primavera mexicana.

Sin embargo, mientras miles de jóvenes estudiantes se organizaron en el país bajo el movimiento #YoSoy132 y salieron a las calles a protestar contra el duopolio de la Televisión; la respuesta del gobierno el 15 de junio del 2012 fue empoderar más a dicho poder fáctico gigantesco al concederle privilegios mayúsculos, reforzar su concentración insolente, y provocar a los jóvenes de una manera irresponsable. A través de esta acción unilateral el gobierno les envió a los estudiantes un mensaje durísimo: sus exigencias no valen nada.

55. “El fin de la democracia de telenovela”. *La Jornada*, México. 12 de junio del 2012, P. 21.

56. “#YoSoy132 exige a Segob debate en cadena nacional”, *Revista Proceso*. México. 28 de mayo del 2012, www.proceso.com.mx/?p=309048. (Consultado 14 agosto 2012).

De esta forma, debido, por una parte, a las burdas presiones que se configuraron sobre la Comisión Federal de Competencia, COFECO, y sobre la Comisión Federal de Telecomunicaciones, COFETEL, como órganos reguladores, y por otra parte a la manera en que el presidente de la República intervino para asegurar el acuerdo; el gobierno a través de la Comisión Federal de Competencia autorizó la fusión Televisa-Iusacell mediante un Recurso de Reconsideración que previamente habían interpuesto jurídicamente tales empresas. Este hecho representó el más grande retroceso que se ha producido en el país en materia de competencia en el sector de la televisión abierta⁵⁷.

Con este fin, el primer mandatario citó a los presidentes de la COFETEL y de COFECO para amarrar y sincronizar que al momento que la Comisión Federal de Telecomunicaciones aprobara lanzar una tercera cadena de televisión, la Comisión Federal de Competencia resolviera a favor de la concentración entre las empresas de Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego.

Dicha resolución de la COFECO se debió a varios motivos, entre los que destacan, en primer lugar, la pusilanimidad de la mayoría de los comisionados de ese organismo para actuar de manera soberana; en segundo lugar, a que las televisoras desde hace mucho tiempo votaron por Enrique Peña Nieto y desde entonces cuidan, protegen, salvaguardan su inversión política, no obstante que atraviesan por el momento de mayor desprestigio público y por un creciente cuestionamiento social a su conducta parcial, manipuladora; y finalmente, en tercer lugar, por el estricto interés presidencial de seguir granjeándose a la Televisión en la etapa final de su sexenio y en el inicio de su condición de ex presidente; como si Felipe Calderón no supiera de la capacidad de las televisoras para reciclar sus lealtades, al momento mismo en que la banda presidencial pasa de unas manos a otras⁵⁸.

La decisión de autorizar la fusión de Televisa y Iusacell operó a contrapelo de la competencia, con varias y muy nocivas consecuencias para la sociedad mexicana, pues fue un duro golpe a nuestra incipiente vida democrática y es absolutamente contraria a la esencia de la Constitución Política Mexicana. No se trató de una decisión jurídica o técnica, sino fue un fallo político donde no triunfaron los argumentos de las televisoras en términos del recurso de recon-

57. Corral Jurado, Javier, "Fusión Televisa-Iusacell, la burla", Columna Rotafolio, Periódico *El Universal*, México, 17 de junio de 2012.

58. Ibid.

sideración interpuesto, pues las mismas condiciones que la COFECO había manifestado como existentes en su fallo del 24 de enero del 2012, se mantuvieron intactos hasta el momento de la autorización de la fusión. Es decir, nada cambió, pues ambas empresas continuaron dominantes en el mercado de la televisión, son los principales depositarios en el mercado de la publicidad, y son predominantes en el mercado de contenidos⁵⁹.

En consecuencia, la decisión tomada por la COFECO provocó un enorme daño a la sociedad mexicana en el mercado de contenidos, en el de la información, en el de la comunicación, y en el de la democracia, puesto que dos empresas, que dicen competir en la televisión, estarán ahora asociadas monopolísticas en un negocio principal que es el de la telefonía y el internet. Lo que se ha asegurado con este fallo es que el duopolio pase a ser un oligopolio de la televisión para tener estrategias comunes, no solamente en cuanto a venta de publicidad, sino en la materia más importante que es la información.

No debemos olvidar que dichas empresas se han confabulado en más de una ocasión para abortar las políticas públicas cuando sus intereses pretenden ser afectados. Así, juntas resistieron a la reforma constitucional electoral de 2007 y la legal de 2008; boicotearon con absoluto descaro decisiones gubernamentales, para buscar la fusión de sus empresas en el negocio de la telefonía; tuvieron el mayor desplante retador frente a la democracia cuando decidieron sofocar el primer debate presidencial al transmitir un partido de fútbol y un concurso de baile, en lugar de la discusión de los aspirantes a la presidencia de la República; marginaron a varios competidores de sus pantallas; boicotean a actores políticos críticos; apoyan a ciertas candidaturas que les son favorables a su expansión, etc.⁶⁰.

Por consiguiente, esta decisión fue una afrenta en términos de la política de competencia del Estado mexicano, pues el artículo 28 Constitucional establece que "en los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopolísticas [...] El Estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación, salvo las excepciones que las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los servicios y la utilización social de

59. Ibid.

60. Ibid.

los bienes, y evitarán fenómenos de concentración que contraríen el interés público”⁶¹.

No obstante lo anterior, la COFECO explicó que la autorización estuvo vinculada al cumplimiento de ciertas condiciones. En realidad ahí está la mayor burla puesto que se dejaron fuera las que realmente eran necesarias, como son la desincorporación de algunos canales de TV por parte de las dos empresas, así como la retransmisión gratuita de las señales abiertas en los sistemas restringidos de televisión (satelital o cable).

La mayor condición de la que se ufano la Comisión Federal de Competencia es haber logrado que se licite una tercera cadena de TV por parte de COFETEL, y que a ello no se oponga Televisa ni TV Azteca. Ahora resulta que para poder tener más canales de televisión era necesario pedirle permiso a los *poderes fácticos mediáticos* y convertir al duopolio en monopolio. A ver quién le compite, a ver quién le invierte a una tercera cadena de TV frente al monstruo que acaban de crear, pues con esto se conforma la concentración de medios de TV abierta más grande del mundo.

Es importante considerar que una de las medidas más importantes adjuntas al lanzamiento de una tercera cadena de televisión es la obligación de retransmisión de señales abiertas en sistemas restringidos, conocido como *must carry*, ya que nada garantiza que dicha cadena será retransmitida en los sistemas de televisión restringida de Televisa y Azteca (Sky, Cablevisión, Cablemás, Totalplay, etc.), mismos que concentran a más del 50 por ciento de los suscriptores a nivel nacional⁶².

Pero además, con el acuerdo de multiprogramación aprobado por la COFETEL —que no multiplexeo—, cuando sobrevenga el apagón analógico tanto Televisa como TV Azteca podrán transmitir por 20 y 15 canales adicionales respectivamente, toda vez que se les mantiene un ancho de 6 Mhz. Si a la nueva cadena de televisión abierta se le concesionan los mismos 6 mega hertz, tendrá sólo 5 canales para competir contra los 35 que sumarían el duopolio, pero ya convertido en monopolio⁶³.

Como también lo ha señalado la empresa Dish: “Televisa y Azteca están verticalmente integrados en el mercado de contenidos. De esta forma,

61. Ibid.

62. Ibid.

63. Ibid.

la concentración generará incentivos para la denegación de contenidos a la nueva cadena de televisión abierta. Así, la tercera cadena tendrá también que crear sus propios contenidos”.

Debemos contemplar que el mercado de publicidad, de donde las cadenas televisivas obtienen sus ingresos, actualmente está dado. De esta forma, este mercado tendría que crecer para que pudiera ser rentable y concesionario de una tercera cadena de televisión. Sobre todo, si consideramos que actualmente ese mercado de publicidad sólo se divide en 7 canales y, con el apagón analógico, tendrá que dividirse entre 40 canales diferentes. Los ingresos por publicidad son directamente proporcionales al *rating* de cada canal. De esta forma, la publicidad de Televisa o TV Azteca continuará cautiva en tanto la nueva cadena de televisión abierta no logre alcanzar niveles de audiencia comparables. Así, se corre el riesgo de que ésta cadena de televisión no logre subsistir en el mercado por falta de ingresos⁶⁴.

Por ello, estamos ante una auténtica regresión, pues al aprobar esta fusión, la COFECO se liquidó en su visión fundamental, se derrumba en su objeto esencial que es fomentar la competencia y promover las sanciones a las prácticas anticompetitivas.

Al condicionarse mínimamente la autorización “se trata de barnizar uno de los mayores despropósitos en la política de competencia, exactamente en sentido contrario al reclamo social por democratizar, diversificar y ampliar la oferta comunicacional en la fase de transición política del país”⁶⁵.

VII.- La debilidad de la democracia formal.

Ante este panorama político es muy importante destacar que no obstante que la *Reforma Electoral* introdujo un nuevo modelo de difusión política para los períodos de renovación de los poderes públicos, la mega concentración de poder y de gran persuasión social que previamente alcanzaron las industrias mediáticas en México, especialmente de la radiodifusión, debilitó la esencia democrática y plural de dicho proceso. Ello debido a que su crecien-

64. Ibid.

65. Ibid.

te fuerza mediática se opuso a la *Reforma Electoral* creando una atmósfera contra reformista y contra reguladora que contribuyó a erosionar la rectoría política del Estado nacional en dicho ámbito.

De esta forma, aunque finalmente fueron elegidos con relativa libertad el presidente, los gobernadores, los diputados, los senadores y los municipales de la República para el periodo de gobierno 2012-2018, en realidad todos estos poderes públicos quedaron muy vulnerados y acotados pues tuvieron un margen de actuación y soberanía muy restringido ante los intereses que impone el *mega poder mediático* sobre la gobernabilidad del país. Así, los nuevos poderes públicos de la siguiente fase de gobierno de la *Tercera República Nacional* que se renovaron con las elecciones del 1º de junio del 2012, nacieron previamente subordinados al viejo *poder mediático* super amplificado que dio origen a la *Cuarta República Mediática* en el México moderno de comienzos del siglo XXI.

En este sentido, a diferencia de la relevación de los poderes públicos republicanos que son cíclicamente elegidos en el país por la población cada 3, 4 y 6 años mediante el sufragio efectivo, para que administren la gobernabilidad nacional; los *poderes fácticos mediáticos* de la radio y la televisión, paradójicamente nunca son elegidos o votados por los ciudadanos y sin embargo participan de forma cada vez más sustantiva e intensa en la definición y ejecución del proceso diario de gobernabilidad nacional, e incluso llegan a doblar o superar a los poderes públicos de la República.

De esta manera, debido a la centralidad y concentración estratégica que alcanzó el sistema de medios de difusión electrónicos en México en el siglo XXI; fuera del partido, la institución, la corriente o el candidato político que ganó en los comicios de cada fase electoral, de antemano estructuralmente éstos quedan limitados, sometidos, desafiados, desdibujados, avasallados y hasta suplantados por el sistema de presión económico-político-ideológico que ejerce el *poderío mediático* en el país.

Así, no obstante la aplicación de las nuevas reglas de difusión política de la *Reforma Electoral*, en última instancia, además del triunfo de la *partidocracia*, otro de los grandes ganadores de la contienda política de las elecciones intermedias del 2012 fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva y no la sociedad, entre otras, por las siguientes 7 razones:

- 1.- Los monopolios mediáticos retaron abiertamente al Estado al no cumplir o acatar inadecuadamente las leyes electorales, imponiendo parcialmente sus reglas de poder empresarial mediático en esta esfera política.
- 2.- Desacreditaron parcialmente a los órganos públicos como el Instituto Federal Electoral, el Congreso de la Unión y a los candidatos adversos a sus intereses mercantiles de expansión monopólica en mayor escala.
- 3.- Televisa y Televisión Azteca con su estrategia discrecional de difusión de mensajes políticos “informales” actuaron cotidianamente como grandes maquinarias electorales muy eficientes que influyeron significativamente sobre la decisión del voto ciudadano, y por consiguiente, sobre los resultados electorales.
- 4.- Debido a que el sistema de medios electrónicos reconstruye virtualmente la realidad social cotidiana, los nuevos representantes políticos de la República elegidos para conformar el Congreso de la Unión para el periodo 2012-2018 quedaron estructuralmente obligados a pactar en el futuro con el *poder mediático* para conservar su “buena imagen” pública y su consenso social, a cambio de recibir nuevos privilegios empresariales.
- 5.- Conquistaron más capacidad como *poder mediático* al lograr colocar en la Cámara de Diputados la denominada “*Telebancada*” de legisladores incondicionales *a modo*, especialmente a través del Partido Verde Ecológico de México que obviamente en el futuro crearán las iniciativas de leyes *ad oc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica y no a los ciudadanos.
- 6.- Negociaron con los partidos y candidatos prerrogativas oligopólicas más fuertes como fue la fusión de las empresas de telecomunicaciones Televisa-Iusacell-Movistar, que representan un nuevo oligopolio que debilita la rectoría y soberanía del Estado mexicano que se creó en el marco de las elecciones del 2012.

Con ello, dicho oligopolio podrá: renovar automáticamente las concesiones de radiodifusión pendientes; apropiarse de los *canales espejos* prestados para continuar el proceso de la transición analógica a la digital; la dispensa de pago de contraprestaciones al Estado para ofrecer a los auditorios nuevos servicios agregados de telecomunicaciones; impedir que el IFE les aplique fuertes multas por violar los preceptos centrales de la *Reforma Electoral*; la reducción de pago de impuestos al poner

en marcha nuevas empresas de comunicación, impedir la emergencia de una tercera cadena de televisión nacional que compita con el duopolio audiovisual ya consolidado; obtener nuevas concesiones de fibra óptica para expandir sus consorcios de radiotelevisión y de telecomunicaciones; generar una contra reforma electoral después de las elecciones del 2012, etcétera. Es decir, vulnerar profundamente el proceso de construcción de la democracia en México y de la rectoría del Estado nación.

7.- Finalmente, los medios colectivos de difusión electrónica con carácter monopolístico permanecieron gobernando cotidianamente al país, vía la administración privatizada del nuevo *espacio público mediático*, sin la necesidad de haber sido elegidos por la ciudadanía para este fin hegemónico, y sin aparecer ante la conciencia colectiva como fuerzas de poder nacional, sino auto presentados ante la opinión pública como meras instituciones neutras de “esparcimiento”, “información”, “distracción” y “cultura”.

Ante esta cruda realidad política del nuevo triunfo del *poder mediático*, que se consolida cada vez más en el territorio nacional, es necesario preguntarnos ¿Para qué el Estado y la sociedad mexicana realiza el enorme gasto que representa la organización cíclica del voto ciudadano y el financiamiento de las múltiples campañas electorales en el territorio nacional y en el extranjero; si en última instancia, crecientemente el poder real habitual, en un alto porcentaje, lo define y lo ejerce el poderío ideológico político de los medios electrónicos de difusión colectivos que no son escogidos democráticamente por la ciudadanía, sino que éstos se le imponen a la sociedad por su propia *fuerza fáctica*, específicamente la *Telecracia*?

¿Por qué al mismo tiempo que la población recurrentemente selecciona a los representantes políticos de los diversos poderes públicos, no vota igualmente por la renovación y la dirección del proyecto comunicativo de las industrias mediáticas que también ya son poderes públicos que participan medularmente en la dirección cotidiana de la nación?. Si todas las instituciones del Estado que participan en el proceso de gobernabilidad nacional están sujetos a las reglas de la transparencia gubernamental, ¿por qué los medios electrónicos de difusión colectivos que también participan estratégicamente en la dinámica de la gobernabilidad cotidiana de la sociedad, no están sometidos a las normas de la transparencia pública?

Es por ello que el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia en México, además de implicar la apertura profunda de las viejas estructuras políticas a la participación civil, ahora requiere urgentemente el ajuste sustantivo de la acción de los *poderes fácticos* de los monopolios informativos a un nuevo *estado de derecho* virtuoso que sitúe a los oligopolios mediáticos bajo la dinámica constitucional de la igualdad, la transparencia y la democracia. De lo contrario, los partidos políticos continuarán impulsando por décadas la promoción cíclica de una fantasía democrática electoral, de carácter formal que en la realidad diaria quedará subordinado a la verdadera estructura de poder cotidiano real que gobierna a la nación que es la *Telecracia mediática*.

El conjunto de situaciones mencionadas, no delimitadas por los marcos jurídicos electorales legales, pudieron colocar como ilegítimos los resultados de los procesos de sucesión gubernamental intermedios en México, creando un vacío político sumamente grave entre el antiguo sistema político que concluía su mandato y el nuevo grupo político que intentó ocupar los cargos de representación popular de manera “genuina” y “pacífica” en la sociedad. Dicha realidad crítica creó una coyuntura política muy delicada pues pudo generar una grave inestabilidad y caos social que podría haber desembocado en la violencia colectiva y en otras manifestaciones de anarquía ciudadana, como sucedió con los resultados de las elecciones presidenciales de julio del 2006 en el país.

En este sentido, el proceso de construcción de la democracia en México se ubicó ante un severo peligro al no cubrirse los vacíos jurídicos que dejó la *Reforma Electoral*, pues se comprobó, por una parte, que la voracidad mediática no tiene límite ya que está dispuesta a provocar el colapso social, si éste se convierte en un negocio muy rentable para las empresas monopolísticas de la radiodifusión nacional. Y por otra, que el Estado mexicano llegó a una etapa fallida de tanta debilidad en su capacidad rectora donde ya no puede doblegar a los *poderes fácticos* de la comunicación electrónica bajo los principios medulares de la Constitución Política Mexicana. Ahora son estos *poderes fácticos mediáticos* los que presionan y subordinan al Estado y a los órganos ciudadanos electorales en los periodos de cambios de los poderes públicos para así tener más ventajas con objeto de imponer socialmente a los candidatos electorales que les son funcionales con sus intereses de expansión empresarial.

Hemerografía

- “Agenda del “Movimiento Yo Soy # 132”, Asambleas Generales Interuniversitarias, realizadas en la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Iberoamericana, el Instituto Politécnico Nacional, el Claustro de Sor Juana, la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco y la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México. Junio-julio del 2012.
- “Difunden “Manifiesto” del movimiento #YoSoy132”, Revista *Proceso*. México. 28 de mayo del 2012. Consultado el 13 de agosto del 2012.
- “Televisión nacional para el segundo debate”, Boletín AMEDI, Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), México. 12 de mayo del 2012, www.amedi.com.mx
- Brambilia, José Antonio, “Tolerancia sin límites”, en: Revista *Zócalo*, No. 148, México. Junio del 2012, www.zocalo.com.mx
- Calleja, Aleida, y Aziz Nasif, Alberto, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, Boletín AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México. 2 de mayo del 2012, www.amedi.com.mx
- Dresser, Denise, “#YoSoy132: tres riesgos”, Revista *Proceso*, No. 1867. México. 13 de agosto de 2012. <http://www.proceso.com.mx/?p=316927>.
- Krauze, Enrique, “La democracia o el espectáculo”, en: Revista *Letras Libres*, Blog de la redacción: Debates Salinas Pliego futbol, México. 1 de mayo del 2012. <http://www.letraslibres.com/blogs/blog-de-la-redaccion/la-democracia-o-el-espectaculo>
- Yehya, Naief, “Medios electrónicos y las campañas en E.U., en: Revista *Zócalo*, No. 148, México. Junio del 2012. www.zocalo.com.mx
- “#YoSoy132 exige a Segob debate en cadena nacional”, Revista *Proceso*. México. 28 de mayo del 2012. www.proceso.com.mx/?p=309048, Consultado 14 agosto 2012.